

Modaes

Empresa

Falabella, cara y cruz en 2017: gana un 16% menos pero supera los 15.000 millones de dólares en ventas

El gigante chileno de las tiendas departamentales registró unas utilidades netas de 509.504 millones de pesos (864,1 millones de dólares), frente a los 609.024 millones de pesos chilenos (1.033 millones de dólares) del ejercicio anterior.

Modaes
28 feb 2018 - 00:00

Falabella, cara y cruz en 2017: gana un 16% menos pero supera los 15.000 millones de

Falabella, según previsiones. El grupo chileno, uno de los principales distribuidores de moda de Latinoamérica, cerró el ejercicio 2017 con un descenso del 16,3% en su beneficio neto, pese al incremento del 4,4% que experimentaron sus ingresos.

La compañía chilena registró un beneficio neto de 509.504 millones de pesos (864,1 millones de dólares), frente a los 609.024 millones de pesos chilenos (1.033 millones de dólares) del ejercicio anterior.

El resultado bruto de explotación (ebitda) de la empresa chilena, por su parte, se situó a cierre de 2017 en 1.213.960 millones de pesos chilenos (2.059 millones de dólares), con un alza del 5,4% respecto a los 1.151.481 millones de pesos chilenos (1.953 millones de dólares) de 2016.

Falabella cerró 2017 con unas ventas de 15.207 millones de dólares

El negocio de retail, en cambio, experimentó una evolución positiva y superó por

Modaes

primera vez la cota de los 15.000 millones de dólares. **La compañía cerró 2017 con unas ventas de 8.966.739 millones de pesos chilenos** (15.207 millones de dólares), lo que supuso un incremento del 4,4% respecto a los 8.588.381 millones de pesos (14.565 millones de dólares) de un año antes.

En el cuarto trimestre de 2017, Falabella obtuvo una utilidad de 180.637 millones de pesos (294 millones de dólares), 1,7% más que en el mismo período de 2016, debido a un incremento en las ventas y un mayor margen bruto. Los ingresos en el cuarto trimestre, por su parte, se situaron en 2.513.060 millones de pesos (4.088 millones de dólares), lo que representa un aumento de 6% con respecto al mismo periodo de 2016.

El operador chileno se encuentra inmerso en un cambio de estrategia para profundizar su omnicanalidad. En los últimos tres meses de 2017, Falabella puso en marcha ocho nuevos establecimientos, cuatro de ellos en Perú, tres en Chile y uno en Brasil.